

عنوان مقاله:

شاخص مروجین خالص ابزاری ساده و کارآمد در تحلیل وفاداری مشتریان

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

مینا طهماسبی - دانشگاه شاهرود

اعظم شیخ - دانشگاه شاهرود

علی عباسی طلایی - دانشگاه شاهرود

محمد عباسی - دانشگاه شاهرود

خلاصه مقاله:

در سال های اخیر، بنگاه های اقتصادی از شرکت های کوچک تازه تأسیس تا شرکت های فراملیتی دریافتند که حفظ مشتریان کنونی نسبت به جذب مشتریان جدید از سودآوری بیشتری برخوردار است. بطوری که برای بنگاه های اقتصادی فعال، رضایت و حفظ مشتریان خود معیاری تعیین کننده در میزان موفقیت آنها شده است. سنجش میزان وفاداری مشتریان به عنوان یکی از دغدغه های محققان محسوب می شود مطالعات زیادی را در معرفی ابزارهای سنجش رضایت و وفاداری مشتریان انجام داده اند. هدف در این تحقیق معرفی تکنیک شاخص مروجین خالص به عنوان ابزاری ساده و کارآمد است که درجه وفاداری مشتریان را به سرعت و بر مبنای شاخص تبلیغات کلامی اندازه گیری می نماید

کلمات کلیدی:

تبلیغات کلامی، شاخص مروجین خالص

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/378874>

